

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Sesuai dengan hasil temuan data yang sudah diperoleh dari kuesioner yang telah disebar oleh peneliti kepada 375 responden dan analisis data yang telah dilakukan, penelitian ini mampu menjawab rumusan masalah yang ada yaitu untuk mengetahui pengaruh pesan iklan youtube “AdaKami” sebagai aplikasi pinjaman online terhadap motivasi meminjam kalangan anak muda di Yogyakarta. Dengan hasil dan analisis data pada penelitian ini, dapat ditarik kesimpulannya untuk bisa menjawab rumusan masalah yaitu. Pesan iklan youtube “AdaKami” sebagai pinjaman online mampu mempengaruhi motivasi untuk meminjam uang kalangan anak muda di Yogyakarta. Tebukti dari hasil presentase temuan data indikator kebutuhan penghargaan (*esteem*), bahwa 23,9% responden termotivasi menggunakan pinjaman online untuk mengembangkan usaha secara mandiri.

Dengan pengaruh pesan iklan yang disampaikan oleh “AdaKami” kepada *audiens* terutama kalangan anak muda, hal tersebut memberikan informasi dan wawasan baru bagi usia-usia yang terbilang rawan terpengaruh dengan hal-hal baru yang belum tentu ada kebenarannya. Maka dari itu dengan informasi baru yang didapatkan dari pesan iklan “AdaKami” menjadikan mereka lebih paham, bahwa tidak semua pinjaman online memberikan dampak buruk bagi masalah keuangan, justru dengan adanya pinjaman online legal yang berbadan hukum mampu memberikan solusi bagi permasalahan keuangan yang dihadapi, tentunya dengan

prosedur yang lebih mudah dan juga praktis untuk digunakan. Hal tersebut dibuktikan dengan hasil presentase temuan data pada indikator kalimat deskriptif, 45,3% responden bisa dengan mudah meminjam dana dari AdaKami dengan waktu yang cepat.

Tidak hanya dari komponen pesan iklan yang disampaikan oleh pinjaman online “AdaKami” yang mampu mempengaruhi keputusan *audiens*, tetapi adanya kebutuhan yang datang dari dorongan motivasi *audiens*. Pada temuan data yang diperoleh, kecenderungan responden menjawab tidak setuju dengan indikator motivasi. Terdapat responden yang tidak termotivasi menggunakan pinjaman online untuk memenuhi kebutuhan yang mereka inginkan, terbukti dari presentase hasil temuan data 35,8% responden tidak termotivasi menggunakan pinjaman online untuk kebutuhan fisiologis.

B. Kelemahan Penelitian

Berdasarkan proses yang sudah peneliti lalui selama pembuatan penelitian ini, terdapat beberapa kelemahan yang peneliti dapatkan. Sehingga mampu menjadi menjadi pertimbangan bagi penelitian-penelitian berikutnya untuk menyempurnakan penelitiannya. Berikut ini beberapa kelemahan pada penelitian ini, yaitu:

- a. Pada penelitian ini hanya menggunakan dua variabel yaitu pesan iklan dan juga motivasi, yang mana sebenarnya dua variabel tersebut kurang memperkuat hasil yang diperoleh. Meskipun pada penelitian ini dapat dilihat dari hasil temuan data pesan iklan yang disampaikan

oleh “AdaKami” sebagai pinjaman online mampu mempengaruhi motivasi meminjam uang kalangan anak muda di Yogyakarta, bahkan dari pesan iklan yang diterima, responden mampu memproses pesan tersebut dengan bijak, sehingga mereka bisa mengambil keputusan.

- b. Dengan menggunakan penelitian kuantitatif, yang mana pengambilan data menggunakan kuesioner. Peneliti terkadang kesulitan untuk memperoleh jawaban dari responden yang sesuai. Hal tersebut terjadi disebabkan oleh perbedaan pendapat dari setiap responden dan faktor lainnya yang mempengaruhi keputusan responden saat pengisian kuesioner.

C. Saran

Adapun saran yang dapat peneliti berikan, berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan. Terdapat dua saran yaitu saran akademis dan saran praktis sebagai berikut:

a. Saran Akademis

Secara teoritis, dilihat dari analisis yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa pesan iklan dari pinjaman online “AdaKami” mampu mempengaruhi motivasi meminjam uang kalangan anak muda di Yogyakarta, hal tersebut terlihat dari pernyataan terkait visual konsep yang digunakan pada pesan iklan yang menunjukkan permasalahan sehari-hari yang sering dialami oleh *audiens*. Maka peneliti berharap ada penelitian selanjutnya yang mampu

membahas lebih dalam lagi terkait dengan hal apa saja yang ditonjolkan dari sebuah pesan iklan instansi pinjaman online dengan menggunakan variabel lainnya untuk memperkuat hasil yang didapatkan. Seperti menggunakan variabel persepsi, gaya hidup, modernisasi ataupun variabel lainnya.

b. Saran Praktis

Dari analisis yang disusun pada penelitian ini, peneliti mengharapkan penelitian ini mampu menjadi evaluasi untuk “AdaKami” sebagai salah satu pinjaman online legal yang sudah berada dibawah naungan otoritas jasa keuangan (OJK), hal tersebut menjadi keunggulan yang dimiliki oleh “AdaKami” untuk kedepannya bisa semakin meningkatkan *literasi* terkait masalah keuangan. Selain itu, melihat dari hasil jawaban dari responden yang tidak setuju terkait dengan motivasi menggunakan pinjaman online untuk memnuhi kebutuhan fisiologis dan juga motivasi untuk mengembangkan potensi diri lewat pinjaman online.

Saran untuk AdaKami kedepannya bisa menambahkan atau menggunakan konsep yang lebih menonjolkan unsur kebutuhan fisiologis seperti bisa menggunakan pinjaman online untuk membeli barang yang diinginkan ada pakaian, *handphone*, atau sepeda untuk transportasi sehari-hari, dan bukan hanya itu saja, kedepannya AdaKami juga bisa menampilkan unsur lainnya pada pesan iklan seperti penggunaan pinjaman online untuk mengembangkan potensi diri dengan mengikuti kursus atau

perlombaan. Maka nantinya bisa membantu *audiens* untuk meningkatkan kebutuhan penghargaan dari pengembangan potensi yang ada.



DAFTAR PUSTAKA

Afifah, P. F. (2021). *Apa Itu Pinjaman Online? Ini Penjelasan Cara Cek dan Langkah Aman Penggunaannya.*

<<https://www.tribunnews.com/nasional/2021/10/15/apa-itu-pinjaman-online-ini-penjelasan-cara-cek-dan-langkah-aman-penggunaannya>>

Aji, W. (2022). *Survei Optimisme 2022: Anak Muda Optimis Penuh Kebutuhan Dasar: Tapi Sangat Pesimis Pada Kondisi Politik dan Hukum.*

<<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2022/08/10/survei-optimisme-2022>>

AdaKami, id. n.d. *Frequently Asked Questions.*

<<https://www.adakami.id/faq/category/pinjaman>>

AdaKami, id. n.d. *Tentang Kami..*

<<https://www.adakami.id/about>>

Abdi, H. (2021). *Pengertian Motivasi Menurut Para Ahli dan Jenis-jenisnya yang Perlu Dikenali.*

<<https://hot.liputan6.com/read/4681419/pengertian-motivasi-menurut-para-ahli-dan-jenis-jenisnya-yang-perlu-dikenali>>

Abayi, M. & Khoshtinat, B. (2016). Study of the Impact of Advertising on Online Shopping Tendency for Airline Tickets by Considering Motivational Factors and Emotional Factors. *Procedia Economics and Finance.*

<<https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S221256711630065X>>

Belia, B. (2020). *Pentingnya Mengelola Keuangan Sejak Usia 20-an untuk Hidup Sejahtera di Masa Tua.*

<<https://www.merdeka.com/uang/pentingnya-mengelola-keuangan-sejak-usia-20-an-untuk-hidup-sejahtera-di-masa-tua.html>>

Bestari, K. D. (2014). Hubungan Terpaan Iklan Televisi Pizza Hut Dengan Motivasi Konsumen Surabaya Membeli Produk Pizza Hut. *Jurnal Commonline Departemen Komunikasi*, 3(2).

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKEwivvOiGkqP7AhXmaGwGHbigD1YQFnoECBIQAQ&url=http%3A%2F%2Fjournal.unair.ac.id%2Fdownload-fullpapers-comm3d2ba36b902full.pdf&usg=AOvVaw2-7Pk_y15hCvULSVzSmd1->

Bestari, N. P. (2022). Horor! Data Pribadi Orang Lain Dipakai Buat Pinjam di Pinjol.

<<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20221103143919-37-384908/horor-data-pribadi-orang-lain-dipakai-buat-pinjam-di-pinjol>>

Ciputra, W. (2022). *Awal Mula Yogyakarta Dijuluki Kota Pelajar*.

<<https://yogyakarta.kompas.com/read/2022/01/11/184512078/awal-mula-yogyakarta-dijuluki-kota-pelajar?page=all>>

Caesaria, S. D. (2021). *Tips Mengatur Keuangan Sejak Mahasiswa Agar MANDIRI Secara Finansial*.

<<https://www.kompas.com/edu/read/2021/12/10/100000771/tips-mengatur-keuangan-sejak-mahasiswa-agar-mandiri-secara-finansial?page=all>>

Detik.com. (2022). *Syarat Ajukan Pinjaman Online Dari Pinjol Legal Hingga KUR BRI*.

<<https://www.detik.com/jateng/bisnis/d-6204043/syarat-ajukan-pinjaman-online-dari-pinjol-legal-hingga-kur-bri>>

Fatmawati, D. (2021). *Media Sosial Youtube Guna Meningkatkan Customer Engagement*.

<<https://kumparan.com/dinda-fatmawati/media-sosial-youtube-guna-meningkatkan-customer-engagement-1wwQe24q1Yz>>

Fatmawati & Lubis, A. S. (2020). Pengaruh Perilaku Kewirausahaan terhadap Kemampuan Manajerial Pada Pedagang Pakaian Pasar Pusat Pasar Kota Medan. *Jurnal Muhammadiyah Manajemen Bisnis, 1*(1). h-4.

<<https://jurnal.umj.ac.id/index.php/JMMB/article/download/5926/4146>>

Faisal, A. D. (2022). 60% Pengguna Pinjol Mayoritas Anak Muda.

<<https://infografis.okezone.com/detail/776801/60-pengguna-pinjol-mayoritas-anak-muda>>

Griffin, E. A. (2011). *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill Education.

Hafil, M. (2022). *AdaKami Dorong Perekonomian Masyarakat Indonesia*.

<<https://www.republika.co.id/berita/r93mh5430/adakami-dorong-perekonomian-masyarakat-indonesia>>

Hidayat, O. & Solihah, N. 2021. Implementasi *Elaborated Likelihood Model* (ELM) Dalam Iklan Kampanye Pilpres Jokowi- Ma'Ruf 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*. 8(2). 93-96.

<<http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/komunika/article/view/10725/4970>>

Aryanti, H. (2018). 90 Persen Anak Muda di Indonesia Gunakan Internet untuk Media Sosial.

<<https://www.merdeka.com/peristiwa/90-persen-anak-muda-di-indonesia-gunakan-internet-untuk-media-sosial.html>>

Irwandy, D. & Rachmawati, D. (2018). Penerapan *Elaboration Likelihood Theory* Dalam Mempengaruhi Konsumen Pada Pemilihan Produk Telepon Genggam. *Jurnal Wacana*.17(2). h. 203.

<<https://journal.moestopo.ac.id/index.php/wacana/article/view/644/338>>

Kasih, A. P. (2022). Berapa Biaya Hidup Mahasiswa di Jogja dan Solo? Ini Kisaran Perbulannya.

<<https://www.kompas.com/edu/read/2022/05/30/101925771/berapa-biaya-hidup-mahasiswa-di-jogja-dan-solo-ini-kisaran-per-bulan?page=all>>

Kumparan.com. (2020). *Teknik Pengumpulan Data Untuk Penelitian Kuantitatif*.

<<https://kumparan.com/berita-update/teknik-pengumpulan-data-untuk-penelitian-kuantitatif-1ukqRX5J0wF/full>>

Kamil, F. (2021). *Data Pribadi Dibocorkan-Diteror Pinjol, Saya Harus Bagaimana?*.

<<https://news.detik.com/berita/d-5631275/data-pribadi-dibocorkan-diteror-pinjol-saya-harus-bagaimana>>

Karnadi, A. (2021). *Jumlah Fintech di Indonesia Terus Meningkat hingga 2021*.

<<https://dataindonesia.id/digital/detail/jumlah-fintech-di-indonesia-terus-meningkat-hingga-2021>>

Kurniawan, R. & Yuniarto, B. (2016). *Analisis Regresi: Dasar dan Penerapannya dengan R*. Jakarta: Kencana.

Kependudukan DIY. (2021). *Jumlah Penduduk D. I Yogyakarta Menurut Golongan Usia*.

<<https://kependudukan.jogjaprov.go.id/statistik/penduduk/golonganusia/16/1/00/0/34.clear>>

Lesmana, A. S. (2022). *Ketua Satgas Waspada Investasi: Praktik Pinjol Ilegal Tetap Marak*.

<<https://www.suara.com/bisnis/2022/08/26/155133/ketua-satgas-waspada-investasi-praktik-pinjol-ilegal-tetap-marak>>

Laily, I. N. (2022). *Memahami Arti Konsumtif, Indikator, Faktor, dan Dampaknya*.

<<https://katadata.co.id/safrezi/berita/61ef7e4f41753/memahami-arti-konsumtif-indikator-faktor-dan-dampaknya>>

Lukitaningsih, A. (2013). Iklan Yang Efektif Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran. *Jurnal Ekonomi & Kewirausahaan*.13(2). 117.

<<https://media.neliti.com/media/publications/23468-ID-iklan-yang-efektif-sebagai-strategi-komunikasi-pemasaran.pdf>>

Larasati, M. (2022). *Peran Platform AdaKami dalam Meningkatkan Literasi Keuangan Masyarakat Indonesia*.

<<https://www.kompas.tv/article/341531/peran-platform-adakami-dalam-meningkatkan-literasi-keuangan-masyarakat-indonesia>>

Luthfi, W. (2021). *Anak Muda Indonesia Yakin Mampu Memenuhi Kebutuhan Dasar*.

<<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2021/08/13/anak-muda-indonesia-yakin-mampu-memenuhi-kebutuhan-dasar>>

Murti, D. C.W. (2019). *Locating nation in a village: fusion of local and nation voices in Penglipuran Bali, Indonesia*. 17(2). h. 2.

Murti, D. C. W. (2021). *Parade of diversity: Representations of places and identities of Indonesia through tourism brochures*. 17(2). h. 2.

Murti, D. C. W. (2020). *Gaze the Struggle of Others: The Representations of Rural Places and People of Indonesia in Tourism Media for Australian Tourists*. 0(0). h. 3-4.

Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Bandung: Kencana.

Mosthersbaugh, D. L. & Hawkins, D. I. (2016). *Consumer Behavior Building Marketing Strategy*. California: McGraw Hill Education.

Mardiastuti, A. (2022). *Mengenal Rumus Slovin, Kapan Digunakan dan Contoh Soal.*

[https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan dan-contoh soal#:~:text=Rumus%20Slovin%20merupakan%20metode%20praktis,batas%20toleransi%20kesalahan%20yang%20ditetapkan.](https://www.detik.com/jabar/berita/d-6253944/mengenal-rumus-slovin-kapan-digunakan-dan-contoh-soal#:~:text=Rumus%20Slovin%20merupakan%20metode%20praktis,batas%20toleransi%20kesalahan%20yang%20ditetapkan.)

Meiryani. (2021). Memahami Koefisien Determinasi Dalam Regresi Linear.

<<https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-koefisien-determinasi-dalam-regresi-linear/>>

Nabila, M. (2021). Ada Kami Andalkan “Channeling” dengan Mitra Digital, Mulai Fokus Pinjaman Produktif.

<<https://dailysocial.id/post/adakami-andalkan-channeling-dengan-mitra-digital-mulai-fokus-pinjaman-produktif>>

Nury, R. H. & Prajawati, M. I. (2022). *Praktik Financial Technology Dan Risiko Pinjaman Online Pada Mahasiswa.*

<<https://jurnal.syntaxliterate.co.id/index.php/syntax-literate/article/download/7175/4505>>

Nugroho, F. T. (2021). *Unsur-unsur Iklan, Ciri, dan Jenis-jenisnya yang Perlu Diperhatikan.*

<<https://www.bola.com/ragam/read/4473982/unsur-unsur-iklan-ciri-dan-jenis-jenisnya-yang-perlu-diperhatikan>>

Pratama, W. P. (2020). Ini Alasan Mahasiswa Manfaatkan Pinjaman Online untuk Kuliah.

<<https://finansial.bisnis.com/read/20200913/563/1291018/ini-alasan-mahasiswa-manfaatkan-pinjaman-online-untuk-kuliah>>

Pamungkas, I. K. & Imah, T. N. (2022). Dimensi-Dimensi Gaya Hidup Konsumtif Pada Remaja. *Jurnal PSIMPHONI*, 1(2). h. 2.

<<http://jurnalnasional.ump.ac.id/index.php/psimphoni/article/view/8128>>

Putri, V. K. M. (2021). *Komunikasi Pemasaran: Pengertian dan Tujuannya*.

<<https://www.kompas.com/skola/read/2021/12/08/130000769/komunikasi-pemasaran--pengertian-dan-tujuannya>>

Prima, E. (2018). *Ilmuwan Ungkap Usia Remaja yang Baru: 10 Sampai 24 Tahun*.

<<https://tekno.tempo.co/read/1052899/ilmuwan-ungkap-usia-remaja-yang-baru-10-sampai-24-tahun>>

Quiserto, R. (2022). *Tabel Angsuran AdaKami 2022 Syarat Pengajuan*.

<<https://duwitmu.com/pinjaman-online/tabel-angsuran-adakami-syarat-pengajuan>>

Rohman, T. (2022). Edukasi Keuangan Digital, Fintech Lending Berizin AdaKami & Rupiah Cepat Sambangi Mahasiswa Surabaya.

<<https://jatim.tribunnews.com/2022/07/27/edukasi-keuangan-digital-fintech-lending-berizin-adakami-rupiah-cepat-sambangi-mahasiswa-surabaya>>

Rizkinaswara, L. (2021). *Sejak Januari Hingga Juni 2021 Kominfo Tangani 447 Fintech Ilegal.*

<<https://aptika.kominfo.go.id/2021/07/sejak-januari-hingga-juni-2021-kominfo-tangani-447-fintech-ilegal/>>

Rini, E. (2021). Pahami Perbedaan Fintech Lending dan Pinjol Legal Sebelum Mengajukan Pinjaman Lewat Aplikasi.

<<https://www.kompas.tv/article/241403/pahami-perbedaan-fintech-lending-dan-pinjol-ilegal-sebelum-mengajukan-pinjaman-lewat-aplikasi?page=all>>

Rezqiana, A. N. (2022). *UMP dan UMK Jogja vs Gaya Hidup Anak Muda 2022, Masih Masuk Akal Gak?.*

<<https://jogja.tribunnews.com/2022/11/02/ump-dan-umk-jogja-vs-gaya-hidup-anak-muda-2022-masih-masuk-akal-nggak?page=4>>

Sari, P. S. (2022). Awas! Banyak Anak Muda Terjerat Pinjol. Ini Penyebabnya.

<<https://lifestyle.sindonews.com/read/855149/166/awas-banyak-anak-muda-terjerat-pinjol-ini-penyebabnya-1660385282>>

Shaid, N. J. (2022). *Komisaris: Pengertian, Peran, Tugas, Tanggung Jawab, dan Gajinya.*

<<https://money.kompas.com/read/2022/03/21/145448726/komisaris-pengertian-peran-tugas-tanggung-jawab-dan-gajinya?page=all>>

Saleh, R. (2017). Pesan Iklan Dalam Membangun Merek. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1). h. 35.

<http://repository.ubaya.ac.id/37708/1/PESAN%20IKLAN%20DALAM%20MEMBANGUN%20MEREK_2017.pdf>

Sitoresmi, A. R. (2022). *Kuantitatif Adalah penelitian Berdasarkan Angka dan Statistik, Pahami Tujuannya.*

<<https://hot.liputan6.com/read/4977400/kuantitatif-adalah-penelitian-berdasarkan-angka-dan-statistik-pahami-tujuannya>>

Supriyatna, I. (2021). *AdaKami Targetkan Bisa Salurkan Rp 12 Triliun ke 10 Juta Peminjam.*

<<https://www.suara.com/bisnis/2021/02/22/063044/adakami-targetkan-bisa-salurkan-rp-12-triliun-ke-10-juta-peminjam>>

Siyoto, S. & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian.* Yogyakarta: Literasi Media Publishing.

Swarjana, I. K. (2022). *Populasi-Sampel Teknik Sampling & Bias dalam Penelitian.* Yogyakarta: ANDI.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D.* Bandung: Alfabeta

Situmorang, S. H & Lufti, M. (2014). *Analisis Data untuk Riset Manajemen dan Bisnis*. Medan: USU Press.

Septiadi, A. & Ramadhani, W.K. (2020). Penerapan Metode Anova untuk Analisis Rata-rata Produksi Donat, Burger, dan *Croissant* pada Toko Roti Animo Bakery. *Jurnal Bulletin of Allpied Industrial Engineering Theory*,1(2). h-61.

<<https://jim.unindra.ac.id/index.php/baiet/article/view/2845/242>>

Trygu. (2021). *Teori Motivasi Abraham H. Maslow dan Implikasinya dalam Belajar Matematika*. Jakarta Pusat: Guemedia Group

Uma, B. (2022). Berikut 5 Jenis Iklan Berdasarkan Medianya.

<<https://bamai.uma.ac.id/2022/12/13/berikut-5-jenis-iklan-berdasarkan-medianya/>>

Widyastuti, P. R. (2022). *Depresi Terjerat Pinjol hingga Takut Diancam Debt Collector, Pria di Tanjung Priok Bunuh Diri*.

<<https://www.tribunnews.com/metropolitan/2022/07/06/depresi-terjerat-pinjol-hingga-takut-diancam-debt-collector-pria-di-tanjung-priok-bunuh-diri>>

Wardhani, A. T. (2017). *Manusia Zaman Now Tak Bisa Hidup Tanpa Barang Ini*.

<<https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3169155/manusia-zaman-now-tak-bisa-hidup-tanpa-6-barang-ini>>

Wijaya, D. S. (2013). Pengaruh Terpaan Iklan TVC Terhadap Tingkat Motivasi Penelitian. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

<https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjvraYhKP7AhWDTGwGHUG1BRAQFnoECA4QAQ&url=https://journal.uajy.ac.id%2F4614%2F1%2FJURNAL.pdf&usg=AOvVaw31RK9EAIxDWI-NE_zzgV-N>

Wirawan, U. (2022). Bulan Inklusi Keuangan 2022, Ada Kami Gelar Literasi Produk Keuangan.

<<https://www.beritasatu.com/ekonomi/992795/bulan-inklusi-keuangan-2022-adakami-gelar-literasi-produk-keuangan>>

Wahad, A. dkk. (2021). Penyajian Data Dalam Tabel Distribusi Frekuensi Dan Aplikasinya Pada Ilmu Pendidikan.

<<https://jurnal.fai.umi.ac.id/index.php/eljour/article/download/91/74>>

Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 7(1). 18-20.

<<https://jurnal.uin-antasari.ac.id/index.php/jtijk/article/view/2100/0>>

LAMPIRAN

A. Kuesioner

1. Karakteristik responden

- Jenis kelamin
 - Perempuan
 - Laki-laki
- Usia
 - 18-24 Tahun
 - > 24 Tahun
- Pernah menonton iklan pinjaman online “AdaKami” di Youtube?
 - Pernah
 - Tidak pernah

- Tanggapan Responden

Pertanyaan berikut merupakan item-item terkait dengan faktor yang mempengaruhi pesan iklan Youtube “AdaKami” terhadap motivasi meminjam uang di kalangan anak muda di Yogyakarta.

• Pertanyaan Indikator Pesan Iklan

No.	Pertanyaan	Pilihan jawaban
-----	------------	-----------------

	Nama produk		
1.	Apakah kalian familiar dengan nama pinjaman online “AdaKami”?	Ya	Tidak

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5	
2.	Nama dari pinjaman online “AdaKami” singkat dan mudah untuk diingat.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
3.	Nada dari jingle iklan “AdaKami” selalu terngiang di benak saya.						
	Gambar produk	1	2	3	4	5	
4.	Secara visual konsep video dari iklan pinjaman online “AdaKami” menarik untuk dilihat.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral

							4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
5.	Warna dari visual iklan pinjaman online “AdaKami” terlihat <i>eyecatching</i> .						
6.	Penempatan text yang ada pada iklan nyaman untuk dilihat.						
	Tonjolkan keunggulan	1	2	3	4	5	
7.	Pesan iklan youtube “AdaKami” mampu memberikan solusi bagi permasalahan keuangan yang saya alami.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
8.	Prosedur penggunaan jasa pinjaman online “AdaKami” yang disampaikan lewat iklan, sangat mudah dilakukan.						
	Kalimat deskriptif	1	2	3	4	5	

9.	Pinjaman online “AdaKami” membantu untuk menunjang kebutuhan dadakan saya, dengan cara yang mudah.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
10.	Prosedur peminjaman uang yang dijelaskan pada iklan “AdaKami” sangat membantu saya untuk meminjam uang secara online						
11.	Pesan iklan pinjaman online, mengingatkan saya untuk membayar cicilan tepat waktu.						
12.	Kalimat yang digunakan pada iklan membuat saya mudah untuk memahami fungsi dari jasa ini						
	Kalimat persuasif	1	2	3	4	5	
13.	Berdasarkan iklan tersebut dengan mendownload aplikasi						Ket:

	“AdaKami”, saya sudah bisa meminjam uang dan dana langsung cair dalam waktu 24 jam						1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
14.	Pinjaman online “AdaKami” memiliki bunga ringan dan mudah dicicil, sehingga saya tidak takut lagi untuk menggunakan pinjaman online.						
15.	Pesan dari iklan pinjaman online “AdaKami” mampu mempengaruhi keputusan saya untuk menggunakan jasa tersebut.						
	Menarik perhatian	1	2	3	4	5	
16.	Konsep dari iklan pinjaman online “AdaKami menggunakan alur cerita sehari-hari.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral

							4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
17.	Permasalahan tokoh yang diangkat pada pesan iklan “AdaKami” memiliki kesamaan dengan permasalahan saya sehari-hari.						
	Keinginan	1	2	3	4	5	
18.	Pesan iklan pinjaman online “AdaKami” mampu menjawab keinginan sehari-hari saya.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
19.	Berbagai keinginan sehari-hari saya bisa terpenuhi dengan mudah berkat “AdaKami”						
	Kepercayaan	1	2	3	4	5	
20.	<i>Brand Ambassador</i> pada iklan pinjaman online “AdaKami”						Ket:

	membuat saya yakin untuk melakukan pinjaman							1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
21.	Pesan iklan pinjaman online “AdaKami” mengandung visual gambar dari logo lembaga yang legal yaitu OJK.							

• **Pertanyaan Indikator Motivasi**

No.	Pertanyaan	1	2	3	4	5
	Kebutuhan fisiologis					
1	Saya termotivasi untuk memenuhi kebutuhan makan/minum dengan menggunakan pinjaman online.					
						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju

2.	Saya termotivasi untuk memenuhi kebutuhan peralatan rumah dengan menggunakan pinjaman online.						
3.	Saya termotivasi untuk memenuhi kebutuhan berpakaian dengan menggunakan pinjaman online.						
	Kebutuhan Keselamatan (Safety)	1	2	3	4	5	
4.	Saya termotivasi untuk memenuhi kebutuhan kesehatan (rumah sakit/obat-obatan) dengan menggunakan pinjaman online.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
5.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online, karena jangka waktu yang lama dan bisa mencicil						

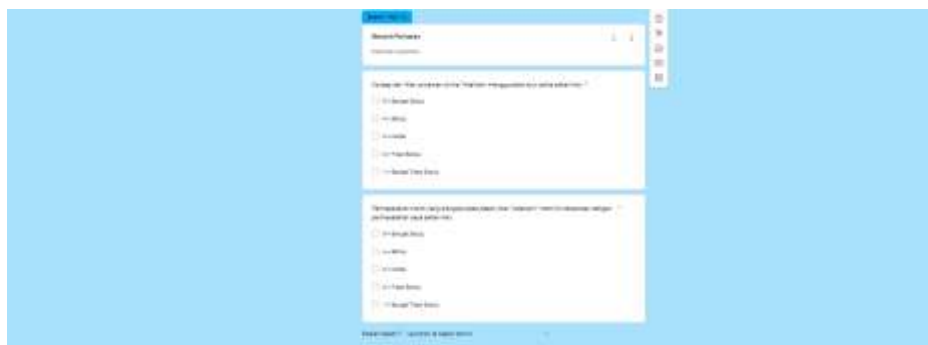
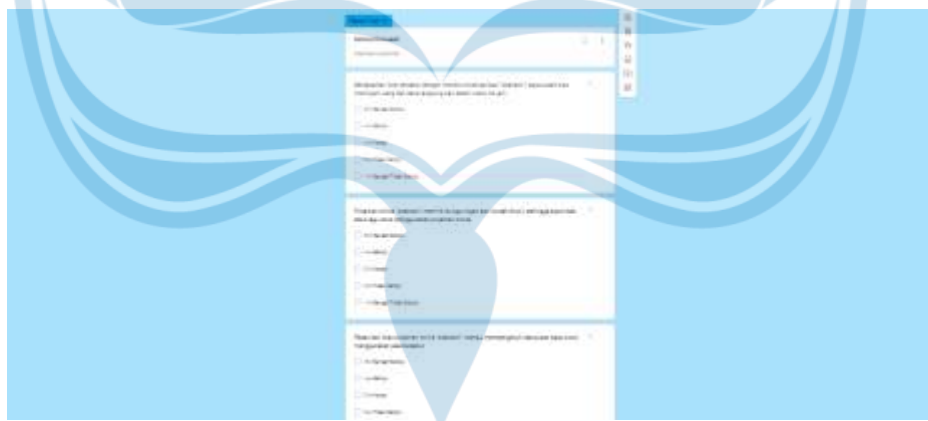
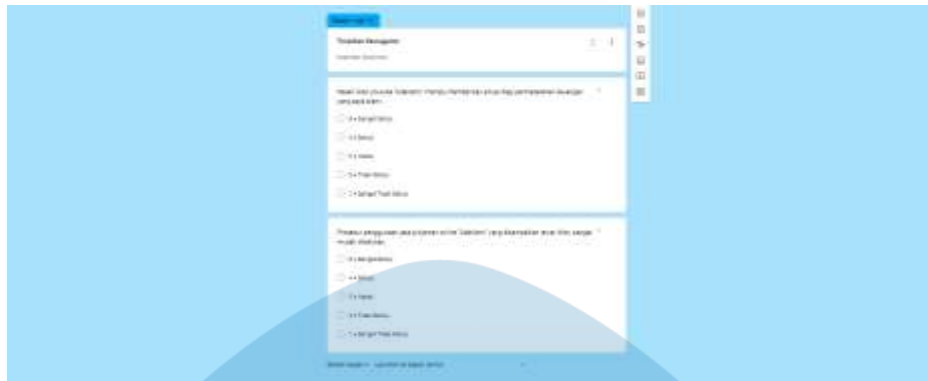
6.	Saya termotivasi untuk menggunakan pinjaman online , karena aman dan bisa menjadi alternatif pinjaman.					
	Kebutuhan sosial <i>(Belongingness)</i>	1	2	3	4	5
7.	Saya termotivasi untuk menggunakan pinjaman online, agar bisa bergaul dengan lingkungan teman-teman saya.					Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
8.	Saya termotivasi untuk menggunakan pinjaman online , agar mendapatkan kepercayaan diri dari barang yang saya beli.					
	Kebutuhan penghargaan <i>(Esteem)</i>	1	2	3	4	5

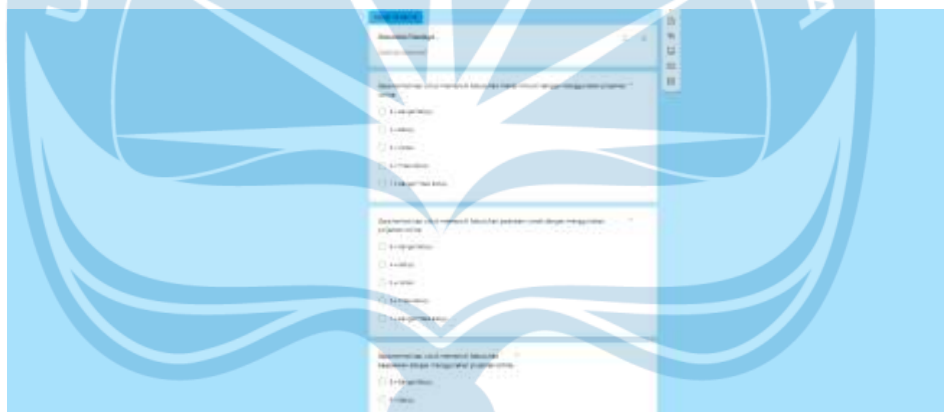
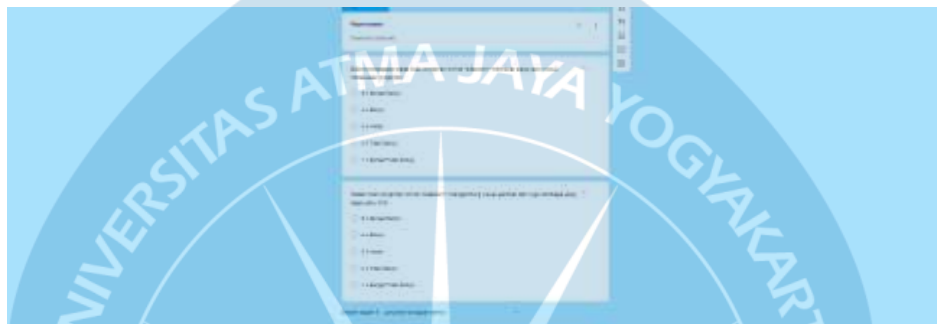
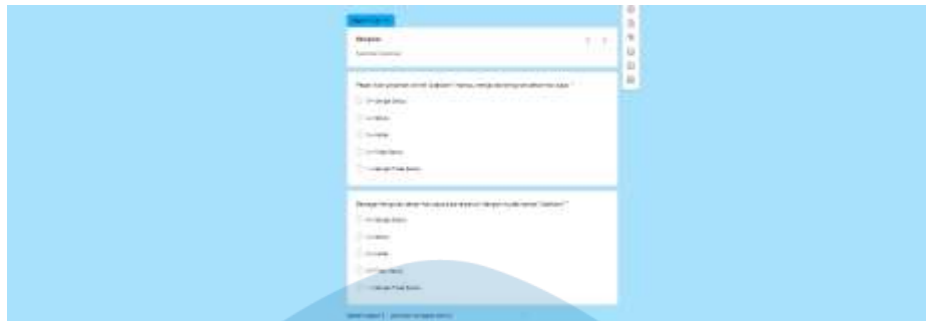
9.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online untuk mengembangkan potensi personal lewat kursus.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju 3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
10.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online untuk meningkatkan ketrampilan dan kemampuan yang saya miliki.						
11.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online untuk mengembangkan usaha saya secara mandiri						
	Kebutuhan aktualisasi diri <i>(Self-Actualization)</i>	1	2	3	4	5	
12.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online untuk mengembangkan kreativitas yang ada dalam diri.						Ket: 1 =Sangat Tidak Setuju 2 = Tidak Setuju

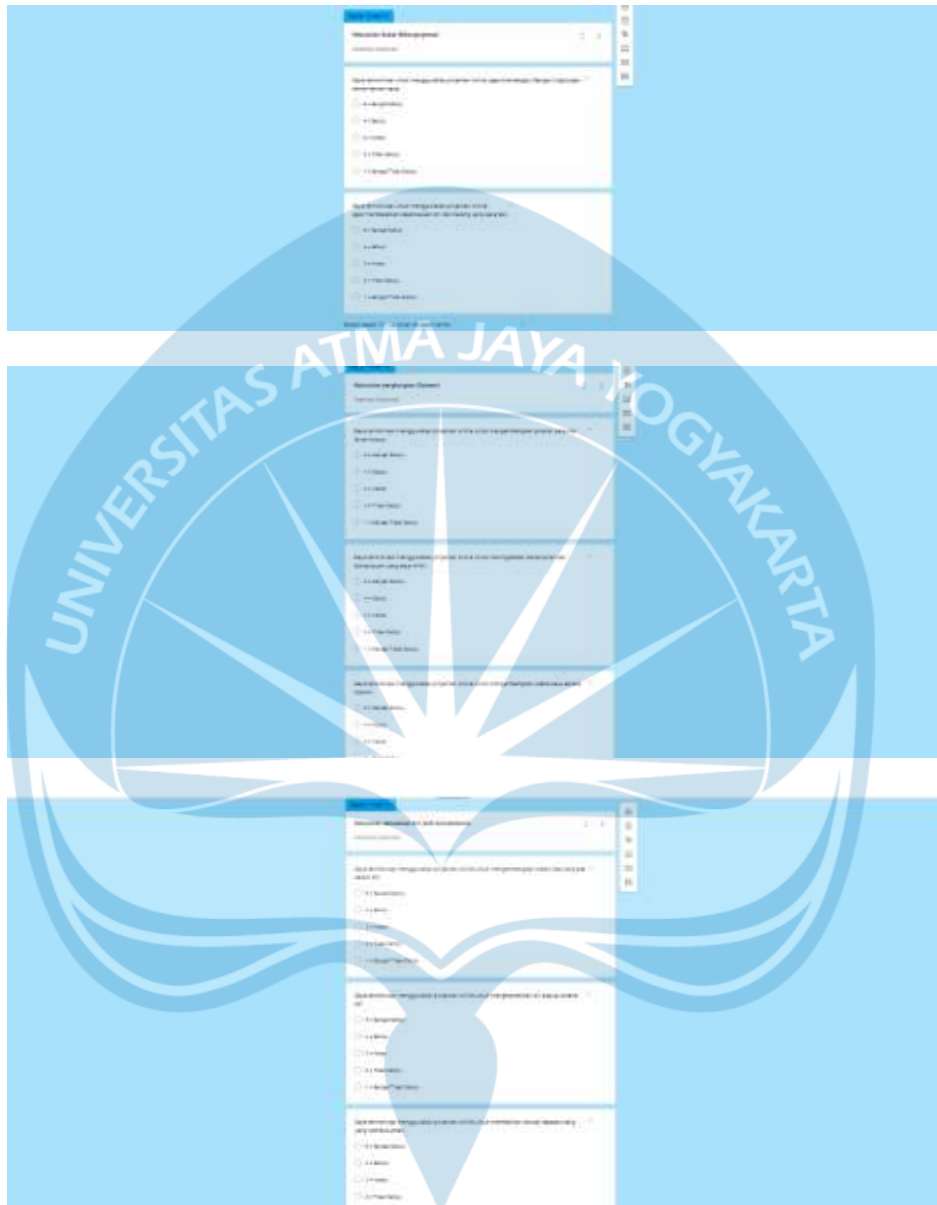
								3 = Netral 4 = Setuju 5 = Sangat Setuju
13.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online untuk mengekspresikan diri sesuai potensi diri							
14.	Saya termotivasi menggunakan pinjaman online untuk memberikan donasi kepada orang yang membutuhkan.							

B. Kuesioner dalam bentuk *Google Form*









10	Person Constant Sig. D (level) N	371	380	381	382	383	384	385	386	387	388	389	390	391	392	393	394	395	396	397	398	399	400	401	402	403	404	405	406	407	408	409	410	411	412	413	414	415	416	417	418	419	420	421	422	423	424	425	426	427	428	429	430	431	432	433	434	435	436	437	438	439	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500
----	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

11	Person Constant Sig. D (level) N	431	440	441	442	443	444	445	446	447	448	449	450	451	452	453	454	455	456	457	458	459	460	461	462	463	464	465	466	467	468	469	470	471	472	473	474	475	476	477	478	479	480	481	482	483	484	485	486	487	488	489	490	491	492	493	494	495	496	497	498	499	500
----	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

12	Person Constant Sig. D (level) N	511	520	521	522	523	524	525	526	527	528	529	530	531	532	533	534	535	536	537	538	539	540	541	542	543	544	545	546	547	548	549	550	551	552	553	554	555	556	557	558	559	560	561	562	563	564	565	566	567	568	569	570	571	572	573	574	575	576	577	578	579	580	581	582	583	584	585	586	587	588	589	590	591	592	593	594	595	596	597	598	599	600
----	---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

SPSS Output: Correlations

Item	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	
1. Faktor	1																					
2. Faktor	.828	1																				
3. Faktor	.819	.808	1																			
4. Faktor	.811	.802	.805	1																		
5. Faktor	.805	.798	.801	.803	1																	
6. Faktor	.800	.793	.796	.799	.802	1																
7. Faktor	.794	.787	.790	.793	.796	.800	1															
8. Faktor	.788	.781	.784	.787	.790	.793	.797	1														
9. Faktor	.782	.775	.778	.781	.784	.787	.791	.795	1													
10. Faktor	.776	.769	.772	.775	.778	.781	.785	.789	.793	1												
11. Faktor	.770	.763	.766	.769	.772	.775	.779	.783	.787	.791	1											
12. Faktor	.764	.757	.760	.763	.766	.769	.773	.777	.781	.785	.789	1										
13. Faktor	.758	.751	.754	.757	.760	.763	.767	.771	.775	.779	.783	.787	1									
14. Faktor	.752	.745	.748	.751	.754	.757	.761	.765	.769	.773	.777	.781	.785	1								
15. Faktor	.746	.739	.742	.745	.748	.751	.755	.759	.763	.767	.771	.775	.779	.783	1							
16. Faktor	.740	.733	.736	.739	.742	.745	.749	.753	.757	.761	.765	.769	.773	.777	.781	1						
17. Faktor	.734	.727	.730	.733	.736	.739	.743	.747	.751	.755	.759	.763	.767	.771	.775	.779	1					
18. Faktor	.728	.721	.724	.727	.730	.733	.737	.741	.745	.749	.753	.757	.761	.765	.769	.773	.777	1				
19. Faktor	.722	.715	.718	.721	.724	.727	.731	.735	.739	.743	.747	.751	.755	.759	.763	.767	.771	.775	1			
20. Faktor	.716	.709	.712	.715	.718	.721	.725	.729	.733	.737	.741	.745	.749	.753	.757	.761	.765	.769	.773	1		
21. Faktor	.710	.703	.706	.709	.712	.715	.719	.723	.727	.731	.735	.739	.743	.747	.751	.755	.759	.763	.767	.771	1	

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

E. Data Uji Validitas

1. Variabel X

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.987	21

2. Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.992	14

ORIGINALITY REPORT

19%	18%	5%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	e-journal.uajy.ac.id Internet Source	2%
2	fisip.uajy.ac.id Internet Source	2%
3	core.ac.uk Internet Source	1%
4	eprints.unpak.ac.id Internet Source	1%
5	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
6	Submitted to Sriwijaya University Student Paper	1%
7	repositori.uin-alauddin.ac.id Internet Source	<1%
8	goodside.id Internet Source	<1%
9	www.scribd.com Internet Source	<1%

10	Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang Student Paper	<1 %
11	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	<1 %
12	tekno.tempo.co Internet Source	<1 %
13	Rudy Roberto Walean, Setiaman Larosa, Serepina Hasibuan, Yoges Mahendra Saragih, Sorni Lami. "SOSIALISASI PENANGANAN ANAK KECANDUAN SMARTPHONE DI GPIN BUKIT ZAITUN PANJANG", Jurnal PKM Setiadharna, 2022 Publication	<1 %
14	repository.fisip-untirta.ac.id Internet Source	<1 %
15	Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur Student Paper	<1 %
16	docplayer.info Internet Source	<1 %
17	kc.umn.ac.id Internet Source	<1 %
18	repositori.buddhidharma.ac.id Internet Source	<1 %

19	repository.usd.ac.id Internet Source	<1 %
20	es.scribd.com Internet Source	<1 %
21	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1 %
22	Submitted to Universitas Ibn Khaldun Student Paper	<1 %
23	adoc.pub Internet Source	<1 %
24	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	<1 %
25	journal.unair.ac.id Internet Source	<1 %
26	123dok.com Internet Source	<1 %
27	repository.pnb.ac.id Internet Source	<1 %
28	ojs.stie-tdh.ac.id Internet Source	<1 %
29	Submitted to Universitas Atma Jaya Yogyakarta Student Paper	<1 %
30	dspace.uui.ac.id	

	Internet Source	<1 %
31	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	<1 %
32	etheses.iainkediri.ac.id Internet Source	<1 %
33	journal.unpacti.ac.id Internet Source	<1 %
34	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	<1 %
35	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	<1 %
36	www.coursehero.com Internet Source	<1 %
37	beta.kompas.tv Internet Source	<1 %
38	digilib.unila.ac.id Internet Source	<1 %
39	studylibid.com Internet Source	<1 %
40	id.berita.yahoo.com Internet Source	<1 %
41	jurnal.syntaxliterate.co.id Internet Source	<1 %

		<1 %
42	Doli Candra, Zamzami, Muhammad Gowon. "Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran Berbasis Kinerja (ABK Terhadap Kinerja Kepala SKPD Pemerintah Daerah: Komitmen Organisasi dan Gaya Kepemimpinan Sebagai Variabel Moderating", Jurnal Akuntansi & Keuangan Unja, 2019 Publication	<1 %
43	text-id.123dok.com Internet Source	<1 %
44	vdocuments.net Internet Source	<1 %
45	Bambang Somantri, Andi Riyanto, Galih Raspati, Eva Marsusanti. "Optimalisasi Disiplin Kerja dan Kompetensi Karyawan Dalam Meningkatkan Kompensasi", Swabumi, 2021 Publication	<1 %
46	Submitted to Korea National University of Transportation Student Paper	<1 %
47	docobook.com Internet Source	<1 %
48	eprints.akakom.ac.id Internet Source	<1 %



49	johannessimatupang.wordpress.com Internet Source	<1 %
50	repository.mercubuana.ac.id Internet Source	<1 %
51	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	<1 %
52	eprints.uns.ac.id Internet Source	<1 %
53	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	<1 %
54	m.dream.co.id Internet Source	<1 %
55	permaiqua.blogspot.com Internet Source	<1 %
56	repository.fe.unj.ac.id Internet Source	<1 %
57	jurnal.uinsu.ac.id Internet Source	<1 %
58	repository.unja.ac.id Internet Source	<1 %
59	repository.widyatama.ac.id Internet Source	<1 %
60	Devi Novrizta. "HUBUNGAN ANTARA MINAT MEMBACA DENGAN KETERAMPILAN"	<1 %

MENULIS KARANGAN NARASI SISWA
SEKOLAH DASAR", Jurnal Review Pendidikan
dan Pengajaran, 2018

Publication

61	Taufikur Rahman, Siti Solikhah. "Analisis Pengaruh Rotasi Kerja, Motivasi Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Karyawan di Lembaga Keuangan Mikro Syariah", Muqtasid: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah, 2016 Publication	<1 %
62	Submitted to Universitas Pendidikan Indonesia Student Paper	<1 %
63	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	<1 %
64	jatim.tribunnews.com Internet Source	<1 %
65	media.neliti.com Internet Source	<1 %
66	repository.unair.ac.id Internet Source	<1 %
67	www.suara.com Internet Source	<1 %
68	jurnalpangriptav3.malangkota.go.id Internet Source	<1 %
	prosiding.unipma.ac.id	

69	Internet Source	<1 %
70	www.jpnn.com Internet Source	<1 %
71	Muhammad Khozin. "KAJIAN KEPUASAN MASYARAKAT TERHADAP PROGRAM JAMINAN KESEHATAN NASIONAL (JKN)", <i>Journal of Health Studies</i> , 2017 Publication	<1 %
72	Submitted to Universitas Kristen Duta Wacana Student Paper	<1 %
73	repository.uinsaizu.ac.id Internet Source	<1 %
74	repository.upstegal.ac.id Internet Source	<1 %
75	moam.info Internet Source	<1 %
76	repository.trisakti.ac.id Internet Source	<1 %
77	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %
78	- Chairil, - Hardiana. "GAMBARAN PERILAKU PERSONAL HYGIENE PADA LANSIA DI UPT PSTW KHUSNUL KHOTIMAH PEKANBARU", <i>Photon: Jurnal Sain dan Kesehatan</i> , 1930 Publication	<1 %

79	Submitted to President University Student Paper	<1 %
80	jom.unpak.ac.id Internet Source	<1 %
81	repository.iainpalopo.ac.id Internet Source	<1 %
82	repository.upi.edu Internet Source	<1 %
83	riset.unisma.ac.id Internet Source	<1 %
84	Submitted to Udayana University Student Paper	<1 %
85	jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id Internet Source	<1 %
86	Naufal Ferdiansyah, Amalia Djuwita. "Personal Branding Valentino Simanjuntak sebagai Komentator Olahraga di Media Televisi", JURNAL AI-AZHAR INDONESIA SERI HUMANIORA, 2019 Publication	<1 %
87	Rosdalina Bukido. "KEDUDUKAN ALAT BUKTI TULISAN TERHADAP PENYELESAIAN PERKARA DI PENGADILAN AGAMA MANADO", Jurnal Ilmiah Al-Syir'ah, 2013 Publication	<1 %

88	Submitted to State Islamic University of Alauddin Makassar Student Paper	<1 %
89	Submitted to UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Student Paper	<1 %
90	digilib.uinkhas.ac.id Internet Source	<1 %
91	eprints.ums.ac.id Internet Source	<1 %
92	mediaindonesia.com Internet Source	<1 %
93	www.merdeka.com Internet Source	<1 %
94	Submitted to Binus University International Student Paper	<1 %
95	Nor Salam. "PEMIKIRAN TASAWUF SAID AQIL SIROJ", Tafáqquh: Jurnal Penelitian Dan Kajian Keislaman, 2020 Publication	<1 %
96	Riskia Habiba Usman. "FAKTOR-FAKTOR YANG BERPENGARUH TERHADAP PENDAPATAN PENGRAJIN SONGKOK DI KECAMATAN GRESIK KABUPATEN GRESIK", MANAJERIAL, 2018 Publication	<1 %

97	Submitted to Universitas Pamulang Student Paper	<1 %
98	eprints.undip.ac.id Internet Source	<1 %
99	m.hukumonline.com Internet Source	<1 %
100	Deni Rachmat, Asep Yunta Darma. "Tingkat Korelasi Budaya Organisasi Dan Kinerja Karyawan (Studi Pabrik Kelapa Sawit PT. Smart.Tbk)", JURNAL VOKASI TEKNOLOGI INDUSTRI (JVTI), 2020 Publication	<1 %
101	Muslena Layla. "ANALISIS KEPUASAN PENGGUNAAN APLIKASI ZOOM DALAM MENGIKUTI WEBINAR SELAMA PANDEMI COVID-19 MENGGUNAKAN WEBQUAL 4.0 (STUDI KASUS: DOSEN STAIN SULTAN ABDURRAHMAN KEPRI)", TANJAK: Journal of Education and Teaching, 2020 Publication	<1 %
102	foodlovers-wisatakuliner.blogspot.com Internet Source	<1 %
103	idr.uin-antasari.ac.id Internet Source	<1 %
104	jim.unindra.ac.id Internet Source	<1 %

105	msholihin1989.blogspot.com Internet Source	<1 %
106	www.kompas.com Internet Source	<1 %
107	Khoirul Anwar, Alberth Supriyanto Manurung. "Pengaruh Motivasi Belajar Terhadap Hasil Belajar Matematika Dalam Pembelajaran Daring di MI Tarbiyatussa'adah", <i>EDUKATIF : JURNAL ILMU PENDIDIKAN</i> , 2023 Publication	<1 %
108	agusnananuryana2.blogspot.com Internet Source	<1 %
109	bertanya.live Internet Source	<1 %
110	dailysocial.id Internet Source	<1 %
111	docslib.org Internet Source	<1 %
112	ejournal.umm.ac.id Internet Source	<1 %
113	id.123dok.com Internet Source	<1 %
114	investor.id Internet Source	<1 %



115	jurnal.untad.ac.id Internet Source	<1 %
116	lib.unnes.ac.id Internet Source	<1 %
117	pt.scribd.com Internet Source	<1 %
118	repositori.umsu.ac.id Internet Source	<1 %
119	repositori.iainpurwokerto.ac.id Internet Source	<1 %
120	repositori.uksw.edu Internet Source	<1 %
121	repositori.unpas.ac.id Internet Source	<1 %
122	repositori.unwim.ac.id Internet Source	<1 %
123	www.danasyariah.id Internet Source	<1 %
124	www.republika.co.id Internet Source	<1 %
125	Submitted to Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Student Paper	<1 %

126	Moh. Naufal Fanani, Mirza Dwinanda Ilmawan, Aditya Narendra Wardhana. "Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kinerja Karyawan Pada Universitas Internasional Semen Indonesia (UISI)", MANAJERIAL, 2020 Publication	<1 %
127	Nasrun Pakaya, Ibrahim Sulemen, Mihrawaty Antu. "THE RELATIONSHIP BETWEEN CARING NURSES AND PATIENT SATISFACTION IN THE ER ROOM OF ALOEI SABOE HOSPITAL, GORONTALO CITY", Journal Health & Science : Gorontalo Journal Health and Science Community, 2022 Publication	<1 %
128	biz.kompas.com Internet Source	<1 %
129	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	<1 %
130	etheses.iainponorogo.ac.id Internet Source	<1 %
131	glints.com Internet Source	<1 %
132	hot.liputan6.com Internet Source	<1 %
133	journal.uinjkt.ac.id Internet Source	<1 %



134	jurnal.umpar.ac.id Internet Source	<1 %
135	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
136	konsultasiskripsi.com Internet Source	<1 %
137	lapakaplikasi.com Internet Source	<1 %
138	londonkewscarrillo.blogspot.com Internet Source	<1 %
139	meitiafh.wordpress.com Internet Source	<1 %
140	pinjamanuangdanatunaijaminanbpkbmobil.blogspot.cc Internet Source	<1 %
141	repository.stiemahardhika.ac.id Internet Source	<1 %
142	strategi.it.maranatha.edu Internet Source	<1 %
143	www.anantakendek.com Internet Source	<1 %
144	www.anonytun.com Internet Source	<1 %
145	www.researchgate.net Internet Source	<1 %

146	www.slideshare.net Internet Source	<1 %
147	www.tribunnews.com Internet Source	<1 %
148	www.turcert.com Internet Source	<1 %
149	Tila Oktomainsi, Supriadi Supriadi, Supratman Zakir, Liza Efriyanti. "Pengaruh Pemanfaatan Edmodo Terhadap Hasil Belajar pada Mata Pelajaran Biologi di SMAN 1 Lareh Sago Halaban", Indonesian Research Journal On Education, 2022 Publication	<1 %
150	zulfitriani28.blogspot.com Internet Source	<1 %
151	id.scribd.com Internet Source	<1 %
152	moneyduck.com Internet Source	<1 %
153	repositori.usu.ac.id Internet Source	<1 %

Exclude quotes Off
Exclude bibliography On

Exclude matches Off